社交媒体迁徙下的“小号”使用研究

——以微博“小号”为例

李京昆
（北京印刷学院，北京 102600）

【摘要】社交网络在现代人生活中占据重要地位，媒体形态的不断演进，赋予个体更自主的媒介选择权，也更易进行社交媒体的迁徙。既有研究多关注跨平台中的迁徙，少有研究聚焦同平台账号的迁徙实践。本研究基于对 11 位微博小号用户的深度访谈，从社交媒体迁徙视角，考察从主账号迁徙到小号带给个体社交关系与自我表露的变化，并进一步阐明小号实际关乎个体如何在公共与私人交织的网络空间下自处。同时，本文亦对自身研究贡献做了进一步反思。

【关键词】社交媒体迁徙;小号;微博小号

一、前言

社交媒体，已成为日常生活中不可分割的部分，我们在其中建立着与他者的连接也塑造着自我的形象。同时，社交媒体形态不断演进、边界不断拓宽，形成了复媒体平台的使用环境，为用户提供了更自主与广阔的媒介选择权，也更易基于各类不同社交平台的可供性，进行社交媒体迁徙，展开有关人设、关系与自我表露等面向的流变。有关“社交媒体迁徙”的研究近些年来受到学界广泛关注，不过，早在社交媒体诞生之初，就出现了“网络迁徙”（Cyber Migration）概念，即用户从一个社交网络平台切换到另一个平台[1]。既往有关社交媒体迁徙的研究，多集中在跨媒体平台的迁徙上，且常与社交媒体倦怠现象相联系。在此基础上，有学者进一步指出，社交媒体迁徙中的注意力迁徙既指不同平台反复的双向游走，也指在同平台内不同账号的来回切换[2]。

2018 年，英国一项关于 2 万名中学生使用社交媒体账号的情况调查显示，30%的人在同一平台拥有两个账号，10%的人在同一平台拥有三个及以上账号，57%的人拥有身边熟人并不知情的账号[3]。这种在同一平台拥有多个账号的情况，同样适用于国内。近年来，社交平台的泛化为人们带来便利的同时，也将其置身于更为复杂的舆论场和公共空间之中，使得个体自我表露变得更为审慎。面对公共空间与私人表达的矛盾和张力，部分用户出现社交媒体倦怠现象[4]，但同时，亦有人在同平台“另谋出路”，迁徙到区别于主帐号的“小号”之中。艾媒咨询对中国社交媒体用户的调查报告，43%的受访用户使用 3-4 款应用，常用应用排名前三的为微信、新浪微博和 QQ。相较于微信、QQ 以熟人即时通讯为主要功能，微博则倾向于更具异质性的人群相互交流的公共空间。根据微博发布的 2022 年第三季度财务报告，2022 年 9 月微博的月活跃用户数达 5.84 亿，同比净增约 1100 万用户[5]。大量涌入的用

[1] Xiao, X., & Caporusso, N.(2018, August). Comparative evaluation of cyber migration factors in the current social media landscape. In 2018 6th International Conference on Future Internet of Things and Cloud Workshops (FiCloudW) (pp. 102-107). IEEE.
[2]戴安怡. 复媒体场域下因倦怠引起的社交媒体迁徙路径研究[D].北京外国语大学,2022.DOI:10.26962/d.cnki.gbjwu.2022.000267.
[3]刘思佳. 重塑网络“舒适圈”：社交媒体的交往关系构建与自我表达研究[D].华中科技大学,2021.DOI:10.27157/d.cnki.ghzku.2021.005151.
[4] Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. Computers in Human Behavior, 44, 148–155.
[5]微博发布 2022 年三季报，9 月日均活跃用户数达 2.53 亿

户群也使个体身处的舆论和表达空间愈加复杂，来自外部的挑战与凝视也在增加。基于此，部分用户开始进行同平台的账号迁徙，开创了区别于主账号的微博“小号”。既往对社交媒体“小号”的关注，往往集中于其功能可供性与驯化、账号类型、自我呈现等方面，但对“小号”的研究，不应仅仅关注基于单一账号的媒介使用，也应看到其迁徙与流变的过程。本研究以社交媒体迁徙为视角，以个体在同平台迁徙中创立区别于主账号的微博“小号”为研究对象，运用半结构式访谈的质化研究方法，考察用户在迁徙过程中发生的社交关系、自我表露等变化，并试图想象用户迁徙到“小号”背后反映的个体处境与社交生态。

二、文献综述

社交媒体迁徙，最早是由“网络迁徙”一词衍生而来，学者从生物学的“迁徙”中得以启发，将“网络迁徙”定义成用户从一个社交网络平台切换到另一个社交网络平台的行为[1]，而该定义并未对迁徙的具体方向、时空等层面进行说明。在社会化媒体的发展下，学者进一步将社交媒体迁徙分为场所迁徙和注意力迁徙，场所迁徙指长时间弃用某一社交媒体而转向其他社交媒体，并在较长时间内不会回到原平台，甚至可能发生删除数据、注销账号等行为[1]。注意力迁徙则指用户在不同时段，将注意力分配到不同社交平台的行为[2]。同时，场所迁徙与注意力迁徙也并非互相独立的概念，而是随时可转化的流动关系，注意力迁徙有时也是场所迁移前的预备状态[1]。目前有关社交媒体迁徙，多为归因类研究，如关于社交媒体迁徙中的场所迁徙，于君英、吴瑶两名学者借助 PPM 模型考察并梳理了学界针对社交媒体平台用户转移行为的研究现状[3];庄睿、于德山、Yang Rui 则以 QQ 空间为研究对象考察青年用户进行社交媒体平台迁徙的动因[4]。同时，在跨平台的场所迁徙研究中，“社交媒体倦怠”现象成为学者关注的重点，韩国三位学者以一百余位社交媒体用户为研究对象，考察其在迁徙过程中的因素主要为交互过载、平台中的不良关系以及“媒体疲劳”[5]。熊奕瑶和董晨宇在研究中也强调了交互过载，即因过度连接而产生的倦怠感是用户进行场所迁徙的第一个重要因素[2]。而在有关注意力迁徙的研究中，有学者从复媒体的环境出发，总结出注意力迁徙给用户带来的三种个人满足：逃避平台中的不可用性、对各平台上社交关系的管理与不同自我形象的展演[6]。同时，注意力迁徙也常与“平台摇摆”概念相联系，如卢新元等基于扎根理论，对多社交媒体平台下的用户摇摆行为进行探究，发现平台、用户、社交和情境因素都会对用户的平台摇摆行为产生重要影响[7]。在此基础上，有学者进一步指出，注意力迁徙既指不同平台反复的双向游走，也指在同平台内不同账号的来回切换[8]。而针对同平台不同账号的迁徙与切换，在以往的社交媒体迁徙研究中鲜少被关注。本研究则试图考察社交媒体迁徙中用户通过创建不同的账号来进行同平台的迁徙过程，将“小号”作为切入点，开展研究。

“小号”即区别于主账号的次要账号，是在“主账号”之外另行创建的一个或多个账号。

[EB/OL].https://business.sohu.com/a/584379196_121418230

[1] Kumar, S., Zafarani, R., & Liu,H. (2011, August). Understanding user migration patterns in social media. In Twenty-Fifth AAAI Conference on Artificial Intelligence.

[2]熊奕瑶,董晨宇.作为“移民”的用户：社交媒体中的迁徙行为及其影响[J].新闻与写作,2020(05):56-60.

[3]于君英,吴瑶.社交媒体用户转移行为形成机制及影响因素研究[J].市场周刊,2020(01):62-63+84.

[4]庄睿,于德山,Yang Rui.社交媒体青年用户迁徙行为影响因素研究——以 QQ 空间为例[J].新闻界,2020(10):22-31.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2020.10.003.

[5] Ha Sung Hwang, Jae Woong Shim & Sung Bok Park (2019) Why we migrate in the virtual world: factors affecting switching intentions in SNS, Information, Communication & Society, 22:14, 2127-2137.

[6]Tandoc E C , Chen L , Hui M . Platform-swinging in a poly-social-media context: How and why users navigate multiple social media platforms[J]. Journal of Computer-Mediated Communication, 2018(1):1.

[7]卢新元,许姣,张恒,高佳兴.多社交媒体平台环境下用户摇摆行为研究——基于扎根理论的探索[J].情报理论与实践,2022,45(09):127-134.DOI:10.16353/j.cnki.1000-7490.2022.09.017.

[8]戴安怡. 复媒体场域下因倦怠引起的社交媒体迁徙路径研究[D].北京外国语大学,2022.DOI:10.26962/d.cnki.gbjwu.2022.000267.

一般来讲，小号的创立更倾向于私人因素，其用户也偏向避免连接过多社会关系[1]。李亚伟等在探究微博马甲号，即小号的使用动机时，也得出了小号使用者往往会链接较少的社会关系从而保障自己表达内容的相对安全性[2]。此外，部分学者将小号使用归结为非常态的社交媒体使用方式[3]。在此基础上，王子健、李凌凌重点关注了“小号”的三重可供性，并强调用户对于小号及社交媒体的驯化[4]。不过，社交媒体平台的“小号”，并非独立存在，目前的研究更偏向在平台中个体的单一账号，而未更多涉及多重账号的连接与组合。王昀、刘思佳将小号研究带入了多重账号实践的视角，考察用户的自我呈现[5]。本研究则在此前研究的基础上，从社交媒体迁徙视角出发，对小号的使用与实践展开论述，不单局限在小号中个体的自我呈现，而是通过关注其从主账号迁徙到小号中的流变过程，发掘其社交关系、自我表露等面向的变化与体验，并试图想象小号背后的个体处境与社交生态。因此，基于以上文献回顾与概念梳理，本文提出以下两个研究问题：

RQ1：用户迁徙到小号后，账号中的社交关系是如何被重塑的？

RQ2：同平台迁徙，体现了怎样的个体处境与社交生态？

三、研究方法

为了回答研究问题，本研究采用半结构式访谈的质化研究方法，相较于量化研究，其更关注小号使用行为背后的微妙考量，也更利于探讨研究对象的自我与内在体验，适合理解过程及意义的问题[6]。访谈提纲主要涉及三个方面，首先是对受访者微博小号使用情况的调查，包括使用时长、小号数量、多个账号注意力分配时长等；其次是受访者从主账号迁徙到小号发生的变化及原因，包括社交关系的区别及原因、自我表露的区别及原因、使用感受的区别、对社交媒体倦怠的体验等；最后是受访者迁徙到小号背后的感悟与意义，包括是否存在自我形象的割裂、情绪等内容的更倾向于发布到小号的原因、若被熟人发现后该如何处理小号、对微博的公共空间与小号的私密领地的感触等。

此前有调研发现，微博平台女性用户占比远远高于男性，且在微博的日常活动中参与更为积极[7]。研究者通过身边的社交关系及微博、豆瓣小组等平台发帖招募的形式，募集了 11 位微博日活用户，并拥有两个及以上的微博账号，对他们进行了 30-60 分钟的深度访谈。在 11 位受访者中，有 3 位男性，8 位女性，年龄分布为 20-30 岁。受访者均为主动且自愿参与本次研究，并对研究内容、匿名性等隐私保护措施知情。由于疫情影响，本次访谈全部以腾讯会议和飞书会议的线上形式进行，并在受访者同意的前提下全程录音。结束后，研究者将全部访谈录音转化成逐字稿，并通过质性分析软件 Nvivo12 做进一步的数据分析，最后得出研究结论。

[1] Xie, W., & Kang, C. (2015). See you, see me: Teenagers’ self-disclosure and regret of posting on social network site. Computers in Human Behavior, 52, 398–407.

[2]李亚伟,林升栋,普非拉.微博马甲号博文内容分析及其使用动机研究[J].青年记者,2019(25):54-56.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2019.25.027.

[3]林升栋,余洁.社交网络用户非常态使用行为分析[J].青年记者,2017(21):49-50.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2017.21.028.

[4]王子健,李凌凌.驯化视角下“小号”的可供性分析[J].青年记者,2022(18):48-50.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2022.18.001.

[5]王昀、劉思佳.重塑網絡「舒適圈」：多重帳號實踐中的用戶自我呈 現—基於微博小號現象之考察[J].傳播與社會學刊,2022(62):147﹣175.

[6]董晨宇,段采薏.反向自我呈现:分手者在社交媒体中的自我消除行为研究[J].新闻记者,2020(05):14-24.DOI:10.16057/j.cnki.31-1171/g2.2020.05.002.

[7]金融界网.微博 2020 用户发展报告[EB/OL].https://baijiahao.baidu.com/s?id=1694008150082032385&wfr=spider&for=pc

编号	性别	年龄	职业	地区	微博使用年限	微博小号数量
S1	女	22	实习生	北京市	9 年	2 个
S2	女	23	研究生	湖南省	10 年	5 个
S3	男	30	博士生	山东省	4 年	1 个
S4	女	24	教师	北京市	8 年	2 个
S5	女	21	企业职员	湖南省	4 年	6 个
S6	女	23	研究生	北京市	10 年	2 个
S7	女	20	大学生	广东省	7 年	2 个
S8	男	24	企业职员	江苏省	10 年	2 个
S9	女	23	企业职员	北京省	5 年	1 个
S10	男	23	研究生	河北市	11 年	2 个
S11	女	22	大学生	湖南省	4 年	5 个

表 1：受访者基本情况

四、研究结论

对于不同社交平台而言，用户会将不同的社交关系安置在不同平台上，实现对社交关系的“区域管理”（region behavior）[1]。此前众多研究表明，使用者会在小号中避免连接过多社会关系[2]。因此，同平台之间账号的流动与迁徙，往往也会带来社交关系的区隔与改变。在本次访谈中，受访者纷纷将主账号中的社交关系进行区隔管理，在迁徙到小号后，建构了新的社交关系，开展了相应的自我表露与社交实践。

（一）迁徙中转站：延续的社交关系与受限的自我表露

社交网络中不断增加的连接在延伸社会关系的同时，也会带来更多的关系负担与社会压力[3]。但社交媒体的性质以关系为基元、以连接为旨趣。在连接与反连接的张力之下，从主账号迁徙到小号的过程中，部分使用者选择将主账号的社交关系进行挑选与区隔，将部分关系保留到小号，从而实现社交与表达需求的相对平衡，受访者 S10 的其中一个小号便互关了在主账号中与自己关系亲密、互动较多的朋友。

这种保留部分社交关系的同平台迁徙，往往与个体身份转换导致主账号构建多层社交关系进而产生的“语境崩溃”有关。此前有研究关注到“身份转换”是青年用户从 QQ 空间迁出的主要原因[4]，诸如升学、毕业、工作等发生的现实身份的变化与转换，会对人们的社交媒体使用产生影响[5]。同时，社交媒体技术融合了在现实生活中被分隔开的社会环境，身份的转换带来线上社交关系的变化，使个体在微博主账号中建构起同学、同事、亲密朋友等多重身份在内的社交关系，而若将不同语境中的多样关系聚集到一个社交媒体平台和一种语境

[1] De Vito M, Birnholtz J, Hancock J, 2017. Platforms，People，and Perception: Using Affordances to Understand Self-Presentation on Social Media[C]. Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing, 740-754.
[2] Xie, W., & Kang, C. (2015). See you, see me: Teenagers’ self-disclosure and regret of posting on social network site. Computers in Human Behavior, 52, 398–407.
[3]彭兰.连接与反连接:互联网法则的摇摆[J].国际新闻界,2019,41(02):20-37.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2019.02.002.
[4]庄睿,于德山,Yang Rui.社交媒体青年用户迁徙行为影响因素研究——以 QQ 空间为例[J].新闻界,2020(10):22-31.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2020.10.003.
[5]Matassi, M., Boczkowski, P. & Mitchelstein, E. (2019). Domesticating WhatsApp: Family, friends, work, and study in everyday communication. New Media & Soceity, 21(10), 1-18.

下，便产生了“语境崩溃”[1]。因此，部分受访者表示在迁徙到小号后，会对主账号的社交关系重新洗牌，保留部分关系，满足自身社交互动的需求。

“我从很早之前就开始玩微博了，之前’不懂事’时关注了很多初中和高中同学，随着这几年自己价值观的稳定，也结交了一些与自己相似且亲密的朋友，我们也互关了微博。所以导致我的主账号就像一个小型‘朋友圈’，我不想要将自己的一些想法展示给同学看，因此，我选择申请了小号，这个小号关注了之前的一些亲密朋友。”（S2）

经过进一步筛查挑选的社交关系在小号延续，对部分人来说，是一种关系亲密的体现。但受访者均表示，在存在熟人社交关系的微博小号中，自我的表露程度依然会受到社交关系的影响。小号中发布的内容，也会与主账号存在重合，而由于两个账号共有一部分社交关系，当发布相同内容时，社交媒体当中自我呈现的“面具感”会愈加明显。S10 就表示：“在两个账号中分享相同的图片，有时会考虑部分朋友看了两次，会不会觉得我在演戏，我自己也会有割裂的感觉。”因此，保留了部分熟人关系的小号迁徙，对于想要在同平台迁徙过程中获得更多表达自我空间的使用者来说，并不属于他们最终迁徙的“归宿”，更多像是一个过渡的“中转站”。

（二）重建社交领地：亚文化的实践与小号的“失鲜”

在社交媒体环境中与陌生人的交往是“去角色化”的，具体来讲只考虑人际吸引因素的陌生人，双方的社会角色与位置会被暂时搁置[2]。在从主账号到小号的迁徙中，部分使用者会选择放弃主账号中建构的社交关系，而在小号中与陌生人开展社交。从单纯社交媒体层面上看，在完全独立于熟人社交网络的环境下，印象管理的成本会降低[3]。搁置现实身份的语境下，赋予关系“去敏感性”，与陌生人在小号中的交往，能够减少在现实关系交往中存在的压力与焦虑，匹配了小号具备的私人化需求，使得双方的交流更加聚焦且纯粹，自我表露的意愿也会增强，出于兴趣和情感产生的与陌生人的联系，会比现实关系更具自由和随意。

“我小号互关的都是在互联网上认识的陌生朋友，是由于一些共同的兴趣爱好，或者是针对某一话题有一些共同的探讨，就是这样互关了。在小号中我可以尽情表明自己的观点、立场和兴趣，因为这里没有任何基于现实关系的好友。”（S3）

部分人选择区隔主账号的社交关系，迁徙到小号，是为了完成自身的亚文化兴趣实践，而小号的天然属性也恰好适用于主流之外的亚文化表露，个体更方便以小号身份融入趣缘群体之中。而这种以共同兴趣发展出的网络关系，让我们看到小号在帮助个体区隔主账号亲密关系的同时，也塑造着新的社群连接方式[4]。在访谈过程中，追星这一因素，是导致很多受访者选择开设小号的重要原因。S11 是一位“追星女孩”，在她的主账号主要发布一些日常生活相关的内容，并夹杂着少部分追星动态，因主账号社交关系的限制，其发布追星内容时会有意识地对自身言语进行审视。而在她的追星小号中，对于喜爱明星的赞美则会更直接与强烈，她表示：“在大号里发布追星消息一是有时语言露骨会破坏我在熟人心中的形象，二是我有时控制不住自己刷屏的话也会影响和我互关朋友的使用体验，因此我选择申请了一个专门用来追星的小号，小号都是一起追星的同好，我们喜欢的是一个明星，内容表达都是相近的，在小号中刷屏是默认的且还会给其他的追星朋友带来新的‘物料’。”S11 在创立小号追星的过程中，也结交了一些志同道合的朋友，甚至还会相约参与线下的“应援活动”，这段由社交媒体小号为媒介发展出来的线下关系表明，小号会帮助一些用户摆脱主账号亲密关

[1]Marwick, A. E., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience.New Media & Society, 13(1), 114-133

[2] 张杰.“陌生人”视角下社会化媒体与网络社会“不确定性”研究[J].国际新闻界,2012,34(01):34-40.

[3]喻国明,朱烊枢,张曼琦,汪之岸.网络交往中的弱关系研究:控制模式与路径效能——以陌生人社交 APP 的考察与探究为例[J].西南民族大学学报(人文社科版),2019,40(09):141-146.

[4]刘思佳. 重塑网络“舒适圈”：社交媒体的交往关系构建与自我表达研究[D].华中科技大学,2021.DOI:10.27157/d.cnki.ghzku.2021.005151.

系所带来的表达规则，从而建立新的网络社交资本。

S4 坦言，自己申请小号是为了伪装成“唯粉”的身份加入到某位明星的粉丝后援会，为了营造“唯粉”身份，S4 在小号中发布的追星内容，完全围绕该明星展开，其参与的群体活动也均以该明星为中心。然而，情感的易逝性、缺乏稳定与中心化的权力关系易导致粉丝快速流动、粉圈中的权力博弈反复发生，进而导致动员失效或组织力量空耗[1]。S4 在进行自身的追星实践时，对明星的感情发生了变化，小号的使用便也相应改变：“我现在因为各种原因已经脱粉了，也不再在他的后援会里活动了，脱粉之后，这个小号我基本没再登录。”当受访者放弃个人小号时，实际也中断了与相关群体交往的机会。如此来看，个体在小号中与陌生人建立社交关系、开展自身的亚文化实践时，由于小号的相对独立状态，它的维系强度与保鲜程度并不稳定。

（三）寻找“自留地”：“圈的尽头是另一个起点”

对某些个体而言，包含着熟人的社会关系只需要存在于公开的主账号里，在主账号下他们会维持和遵守一些社会赋予或是自我划定的社交准则，而另一方面，他们迁徙到小号则成为了规避社交规则的新空间[2]。经验资料表明，许多使用者不单只创建一个社交小号，很多个体会选择创建更多账号，进一步划分交往空间。纵观本次访谈，在所有受访对象的一到多个小号中，都存在一个具有表露自我情绪功能的账号，这类账号不具备任何社交关系与社交预设，更多在扮演着“树洞”的角色，“去社交化”性质增强了个体对私人领域的想象，给予了使用者更大的安全感，其自我表露的意愿也更为强烈。

“在小号里我不会去斟酌用词，也不会去想这句话发出来，谁看到了会什么反应，只记录当下最真实的感受。它可以让我无所顾忌地抒发自己内心所想，不管是一些糟糕的情绪，还是一些阴暗的想法。”（S6）

“之前很怕自己说错话被人骂，所以只敢转发。转发就意味着我虽然转发了，但不代表我就真的同意这个原创，有什么事大家别 judge 我，去 judge 原创的人。但在小号里我随便想什么说什么，就还是自我表达的意愿会强一些。”（S1）

以往的研究结果也表明，情感是小号用户涉及最多的主题，他们在微博上表露私人的情感经历和体验，将其中的喜怒哀乐全部呈现[3]。在小号中拥有表达自己情绪与情感自由的同时，也反映了在公共平台隐藏自己的私人感情，是每个互联网用户内心缄默的准则。用户认为公共平台不是传播私人或敏感问题的合适渠道，表露孤独感、消极情绪等私人感情与社交媒体的大众使用准则相悖[4]。S8 表示，自己只在小号表露情绪，一是不想被熟人看到后过来安慰自己、增添“麻烦”，二是自己的情绪只属于私人，不愿公开被人评判。

理查德·桑内特认为，亲密型社会中，“限制向他人表达的内容，从而使别人免遭自己内心的负担所拖累”是一种值得被赞赏的文明行为[5]。如今，越来越多人开始相信并接受这种论断，将之运用在自己的社交关系中，人们之间的亲密关系成为一种戴着面具的礼貌交往，彼此减少打扰与影响，是进行自我形象审视和评判他人的一项重要参考，在这种规则下，人们像是进入了一种“形象茧房”之中，谨慎地管理自己的形象，营造出符合社会规范与大众

---

[1]周懿瑾．偶像忠诚与“部落流动”：生产规范与嵌入性的作用——关于粉丝爬墙和脱粉的网络民族志[J]．中国社会心理学评论，2021（01）：144-178+272.

[2]刘思佳．重塑网络“舒适圈”：社交媒体的交往关系构建与自我表达研究[D].华中科技大学,2021.DOI:10.27157/d.cnki.ghzku.2021.005151.

[3]李亚伟,林升栋,普非拉.微博马甲号博文内容分析及其使用动机研究[J].青年记者,2019(25):54-56.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2019.25.027.

[4]张冠巾,刘海龙.社交媒体中的孤独感表达——表露负面情绪与寻求支持的利弊分析[J].编辑之友,2022(09):77-81.DOI:10.13786/j.cnki.cn14-1066/g2.2022.9.010.

[5]理查德·桑内特.公共人的衰落[M].上海译文出版社,2014.

想象的自我[1]。同时，主流文化对强者形象的塑造与询唤，不仅要在能力与财富方面出众，还需要有强大的内心，个体对负面情绪的倾诉就更显得“脆弱”和“矫情”。中国自古以来的传统观念也要求人要“克己复礼”（《论语·颜渊》），克制自己的私欲情感，才能符合人伦准则和礼制规范[2]。因此，一些微博用户会选择以小号的方式卸下面具，将自我表露放置在私人领域。

此外，个人中心主义的盛行，致使人们只关注自己表达的内容，只认同自己觉得正确的观点，人与人之间倾听与交流的缺乏，一场场网络论战的奏响，导致人们为了避免引起冲突和评判，会将自己的观点与情绪等进行隐藏。而一旦自我处于更开放、包容的状态下，在小号的自我表露甚至小号存在与否，也会发生微妙的变化。

“我觉得在小号中表露自己，对很多人来说其实是不接纳跟自己不同的声音和观点。但是当我对一些不同的声音、观点越来越包容、开放时，我好像觉得没有小号只有大号也可以。相当于你原先不愿发给别人看的东西，好像看起来是因为你觉得别人不能接受你，但实际上我觉得也是自己内心的一个折射，是因为我自己也觉得可能无法接受跟我不一样的观点。”（S9）

五、研究讨论

本研究以微博小号为研究对象，通过半结构式访谈的质化研究方法，考察在社交媒体迁徙过程中，使用者从主账号迁徙到小号发生的社交关系与自我表露的变化。根据研究结论，用户从微博主账号迁徙到微博小号均会发生社交关系的改变，这种改变主要分为三个层面：其一，在小号中保留了部分主账号的社交关系，被保留下来的关系对使用者来说是亲密的体现，由于存在部分熟人关系，使用者在小号的自我表露也会相应受限；其二，完全区隔主账号中的社交关系，在小号中重建与陌生群体的社交领地，因陌生人拥有的“去敏感”属性，使个体自我表露意愿增强，个体通过小号完成自身的趣缘群体活动与亚文化实践，并建立新的网络社交资本，但其维系强度与保鲜程度并不稳定；其三，将小号作为自留的“树洞”，不建立任何社交关系，能够充分表露自我，但情感表露只发生在无人关注的小号下，体现了社会文化、传统观念、自我意志等对个体表达的规训。

同时，网络空间使用户行为处于私人领域与公共领域的边界流动当中[3]。置身于数字网络环境，我们无法实现纯粹的私人化，公共与私人之间的弹性也在推动个体进行自我校正、转变自我行动。小号的问题，实际是我们如何在公共与私人交织的网络空间下自处的问题，小号的存在并不是独立且单一的，个体会通过开设多个不同使命的小号，在私人与公共交织下的网络环境中寻求平衡。而当用户注册了主账号之外的小号时，也意味着其拥有了一个全新的塑造网络自我的机会，就像受访者 S1 所说：“我的人生不管怎么样，好像都无法重启，但小号不一样，你随时可以重新开始另外一个。”访谈的最后一个问题是：“如果你的小号被意料之外的社交关系发现，你会选择怎么做？”多数受访者的回答是，对小号内容进行紧急管理，并迁徙到下一个小号里。小号给予我们自由和安全的同时，是否也在某种程度上加固了我们的“自我茧房”，当前的网络环境与社交生态也在将我们推向同质化的场域中，我们从主账号迁徙到小号，再从小号迁徙到一个又一个小号……但如果有一天我们不再需要小号，是否才意味着自我的开放、包容与和解。

本研究将社交媒体迁徙视角带入小号研究领域，在既有研究关注平台单一账号呈现的基础上，赋予了小号流动、迁徙与组合的动机，也进一步为社交迁徙提供更多同平台的思考。

---

[1]韩怡辰．网络树洞：孤独社会中的隐匿与展演[D].南京大学,2019.DOI:10.27235/d.cnki.gnjiu.2019.001044.
[2]李亚伟,林升栋,普非拉.微博马甲号博文内容分析及其使用动机研究[J].青年记者,2019(25):54-56.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2019.25.027.
[3]Lange, P. G. (2007). Publicly private and privately public: Social networking on YouTube. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 361–380.

从现实层面上看，社交小号现象，折射着个体在社交网络中的处境，从宏观上能为网络环境的整治与规范提供思考；对个体而言，也能够发掘并审视外界或自身对自我的规训，从而在网络社交环境中更好地自处。然而，本研究亦在以下方面存在不足：一方面，受时间成本限制，本研究的样本容量存在不足；另一方面，针对个体使用多个社交小号的情况，本文未能进行更为具体的论述。以上不足希望能对接下来的研究提供思路与方向。